

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS TERHADAP MINAT BELI ALL  
NEW HONDA VARIO 150 ESP DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING  
(Studi Empiris pada Calon Konsumen di Kota Madiun)**



OLEH:  
Benediktus Frandy A.W  
51416012

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
(KAMPUS KOTA MADIUN)  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
2021**

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS TERHADAP MINAT BELI ALL  
NEW HONDA VARIO 150 ESP DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING  
(Studi Empiris pada Calon Konsumen di Kota Madiun)**



OLEH:  
Benediktus Frandy A.W  
51416012

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
(KAMPUS KOTA MADIUN)  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
2021**

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS TERHADAP MINAT BELI *ALL  
NEW HONDA VARIO 150 ESP* DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING**  
**(Studi Empiris pada Calon Konsumen di Kota Madiun)**

**SKRIPSI**  
Diajukan kepada  
**FAKULTAS BISNIS**  
**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA**  
**KAMPUS KOTA MADIUN**  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Jurusan Manajemen

**OLEH:**  
**Benediktus Frandy A.W**  
**51416012**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**  
**(KAMPUS KOTA MADIUN)**  
**FAKULTAS BISNIS**  
**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA**  
**2021**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS TERHADAP MINAT BELI *ALL  
NEW HONDA VARIO 150 ESP* DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING (Studi Empiris pada Calon Konsumen di Kota  
Madiun)**

Oleh:  
BENEDIKTUS FRANDY ARYA WICAKSANA  
51416012

Telah disetujui dan Diterima Dengan Baik  
Untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing,



Dra. Dyah Kurniawati, M.Si.  
NIDN. 0713126601

Tanggal: 31 Mei 2021

## HALAMAN PENGESAHAN

**Skripsi yang ditulis oleh: Benediktus Frandy A.W NIM 51416012**

Telah diuji pada tanggal 7 Juni 2021 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji



Veronika Agustini S., S.E., M.Si.  
NIDN. 0717087201

Mengetahui

Dekan,



Dr. Lodovikus Lasdi, MM., AK., CA., CPA  
NIDN. 0713097203

Ketua Program Studi,



Dra. Dyan Kurniawati, M.Si.  
NIDN. 0713126601

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN  
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun:

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Benediktus Frandy Arya Wicaksana

NIM : 51416012

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Minat  
Beli *All New Honda Vario 150 esP* Dengan Citra  
Merek Sebagai Variabel Intervening  
(Studi Empiris pada Calon Konsumen di Kota Madiun)

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Madiun, 31 Mei 2021

Yang menyatakan,



( B. Frandy A.W)

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan penelitian skripsi dengan judul **Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Minat Beli Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris pada Calon Konsumen di Kota Madiun)**. Skripsi ini disusun dan diajukan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun.

Terselesaikannya penulisan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari dorongan, dukungan, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak yang berperan secara langsung dan secara tidak langsung dalam pengerjaan skripsi. Untuk itu pada kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Lusianus Dwi dan Ibu Hartini yang selalu senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dan semangat serta dukungan moral maupun material sehingga penulis mampu menyelesaikan studi.
2. Arvino Dixie Altafaris, yang selalu mampu menghibur penulis ketika merasa jenuh, tante Hartati dan om Dede Yusuf yang selalu memberikan semangat selama awal studi hingga akhir studi saat ini.
3. Kepada Ibu Dra. Dyah Kurniawati, M.Si, selaku dosen pembimbing, ketua jurusan manajemen, dan wali studi yang selalu sabar dan senantiasa membimbing, mendidik, dan bersedia menerima keluhan kesah selama penulis menempuh studi dari semester 1 hingga semester 8.
4. Seluruh dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun yang telah mendidik dan memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
5. Kepada seluruh pegawai perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun yang telah banyak memberikan bantuannya selama masa studi.

6. Seluruh teman-teman yang telah bersedia membantu menyebarkan kuesioner guna mendapatkan data untuk peneliti menyusun tugas akhir ini dan untuk seluruh responden yang telah bersedia untuk menjadi responden dalam penelitian ini.
7. Kepada seluruh teman-teman seperjuangan dari berbagai Universitas. Yohanes Pratama dari Universitas Atmajaya Yogyakarta, Dissiedhewa Vajarro dari STT PLN Jakarta, Kitto Bagaskara dari Universitas Merdeka Madiun, Taufik Gusti dari Universitas Muhammadiyah Surakarta, Ichsan Septianto dari Universitas Sebelas Maret Surakarta, Aldy Renjana dari Universitas Mercubuana Jakarta dan Alif Rachman dari Universitas Pancasila Jakarta, yang telah bersedia memberikan dukungan moral, waktu dan memberikan referensi kepada penulis selama menyusun penelitian ini. Serta Yoga dan Mas Andri yang selalu menemani penulis dalam menjalankan bisnis selama penyusunan penelitian ini dilakukan.
8. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan doa, motivasi, dukungan dan bantuan sehingga terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari laporan penelitian ini masih memiliki kekurangan dan kelemahan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan dan perbaikan penulisan. Peneliti berharap nantinya laporan penelitian skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi semua pihak yang membutuhkan.

Madiun, 31 Mei 2021

Benediktus Frandy A.W



## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi .....	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Pemasaran .....	8
2.1.2 Bauran Pemasaran .....	10
2.1.3 Merek.....	17
2.1.4 Citra Merek.....	18
2.1.5 Persepsi Kualitas.....	20
2.1.6 Minat Beli .....	21
2.2 Penelitian Terdahulu .....	22
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	26
2.3.1 Hubungan Antar Variabel.....	26
2.3.2 Hipotesis Penelitian .....	28
2.4 Model Penelitian .....	29
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Desain Penelitian.....	30
3.2 Identifikasi, Definisi Operasional, dan Pengukuran Variabel.....	30
3.2.1 Identifikasi Variabel .....	30
3.2.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	31
3.2.3 Skala Pengukuran Variabel.....	32
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	32
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	33
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Penyampelan .....	33

3.6 Teknik Analisis Data .....	34
3.6.1 Uji Kualitas Data .....	35
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	35
3.6.3 Regresi Linear.....	36
3.6.4 Uji t .....	37
3.6.5 Metode Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ) .....	37
 BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....	40
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	40
4.1.1 Gambaran Umum Kota Madiun .....	40
4.1.2 Gambaran Umum Honda All New Vario 150 Esp .....	40
4.2 Deskripsi Data .....	41
4.2.1 Deskripsi Responden .....	41
4.2.2 Deskripsi Variabel .....	44
4.3 Hasil Analisis Data.....	48
4.3.1 Uji Kualitas Data .....	48
4.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	49
4.3.3 Uji Hipotesis .....	52
4.4 Pembahasan.....	56
4.4.1 Pengaruh Persepsi Kualitas terhadap Citra Merek .....	56
4.4.2 Pengaruh Persepsi Kualitas terhadap Minat Beli.....	57
4.4.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli .....	58
4.4.4 Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Minat Beli Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening.....	59
 BAB 5 SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN .....	61
5.1 Simpulan.....	61
5.2 Keterbatasan .....	61
5.3 Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA .....	63
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Motor tahun 2019 .....	1
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	25
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	42
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	42
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat .....	42
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	43
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	43
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	44
Tabel 4.7 Interval Penilaian .....	44
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Kualitas.....	45
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek.....	46
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Beli .....	47
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	48
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	51
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	51
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linear .....	52

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Market share penjualan motor domestik tahun 2019 .....	2
Gambar 2.1 Model Penelitian .....	29
Gambar 3.1 Diagram Jalur .....	38
Gambar 3.2 Sub Struktur Pertama: X1 terhadap M .....	38
Gambar 3.3 Sub Struktur Kedua: X1 terhadap Y .....	39
Gambar 3.4 Sub Stuktur Ketiga: X1 terhadap M dan terhadap Y .....	39
Gambar 4.1 Honda All New Vario 150 eSP .....	41
Gambar 4.2 Grafik Normal P-Plot ( $M = a + b_1X_1 + e$ ).....	49
Gambar 4.3 Grafik Normal P-Plot ( $Y = a + b_1X_1 + e$ ).....	50
Gambar 4.4 Grafik Normal P-Plot ( $Y = a + b_1X_1 + b_1M + e$ ).....	51
Gambar 4.5 Kurva Pengambilan Keputusan Uji t (X-M) .....	53
Gambar 4.6 Kurva Pengambilan Keputusan Uji t (X-Y) .....	54
Gambar 4.7 Kurva Pengambilan Keputusan Uji t (M-Y) .....	54
Gambar 4.8 Model Regresi dengan Mediator .....	56

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Uji Deskriptif Karakteristik Responden
- Lampiran 3. Uji Deskriptif Variabel
- Lampiran 4. Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 5. Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 6. Uji Regresi Linear

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kualitas terhadap minat beli melalui variabel citra merek sebagai variabel intervening. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang dibagikan secara online. Teknik pengampilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non prpbability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 responden. Teknik analisis menggunakan analisis deskriptif dan uji analisis jalur. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kualitas berpengaruh signifikan positif terhadap citra merek, persepsi kualitas berpengaruh signifikan positif terhadap minat beli, citra merek berpengaruh signifikan positif terhadap minat beli dan citra merek mampu memediasi hubungan antara persepsi kualitas terhadap minat beli.

**Kata kunci:** persepsi kualitas, citra merek, minat beli

## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the influence of perceived quality on purchase intention through the brand image variable as an intervening variable. Data collection technique in this study used a questionnaire that was distributed by online. The sampling technique used in this study was non probability sampling with a purposive sampling method. The number of samples used in this study were 100 respondents. The analysis technique used descriptive analysis and path analysis. The results of this study indicate that perceived quality has a significant positive effect on purchase intention, brand image has a significant positive effect on purchase intention and brand image is able to mediate the relationship between perceived quality and purchase intention.*

*Key words: perceived quality, brand image, purchase intention*